

## ***ABSTRAK***

Tujuan yang mendasari dari penelitian ini dilakukan adalah menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian spring bed pada CV. MATTRASINDO ABADI di Bogor dan menganalisis pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian spring bed pada CV. MATTRASINDO ABADI di Bogor serta menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian spring bed pada CV. MATTRASINDO ABADI di Bogor.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dan deskriptif dengan metode survey. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen CV Mattrasindo Abadi di Bogor sebanyak 97 orang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Mattrasindo Abadi. Dalam hal ini harga memegang peranan yang lebih besar daripada kualitas produk dan promosi dalam pembentukan keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian

## ***ABSTRACT***

The underlying purpose of this study is to analyze the effect of product quality on purchase decisions spring bed on the Mattrasindo Abadi, CV in Bogor and analyze the effect of price on purchase decisions spring bed on the Mattrasindo Abadi, CV in Bogor and analyze the effect of promotions on purchase decisions spring bed on the Mattrasindo Abadi, CV in Bogor.

This research uses associative and descriptive research with survey methods. The sample in this research is that consumers Mattrasindo Abadi, CV in Bogor as much as 97 people. The analytical tool used is multiple regression analysis.

The results showed that there was a significant effect of product quality, price and promotion has a significant influence on purchasing decisions Mattrasindo Abadi, CV. In this case plays a price greater than the quality of products and promotions in shaping purchasing decisions.

**Keywords: quality of product, price, promotion, purchasing decisions**